

## Nielsen: Out of home hat stärkste Online-Aktivierung

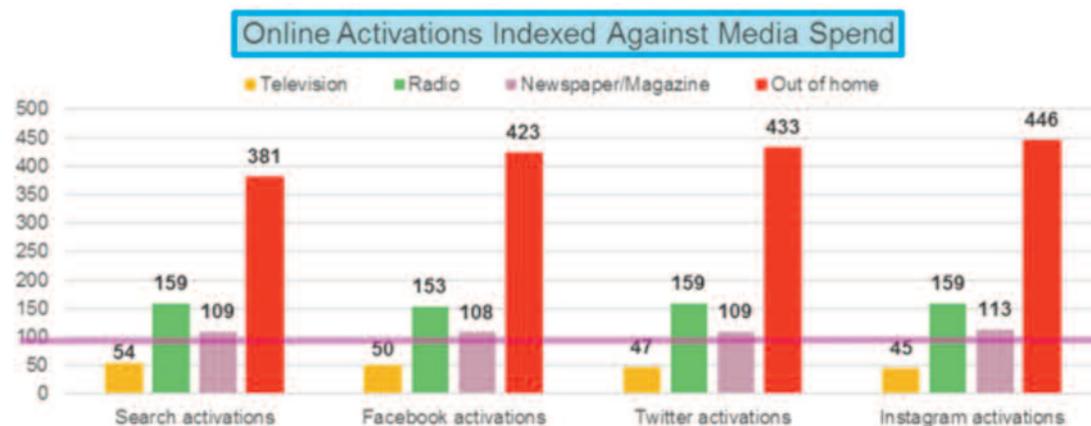
Out of home kann von allen Offline-Medien am besten die Online-Nutzung aktivieren.

Das ergibt eine neue Studie von Nielsen aus den USA. Die von Out of home verursachte Online-Aktivität ist demnach viermal höher als man vom Anteil der auf Out of Home anfallenden Werbespendings erwarten würde.

Zum Beispiel sind 26 % aller von TV, Radio, Print und Out of Home ausgelösten Online Search Aktivitäten auf Out of Home zurückzuführen, aber out of Home bekommt nur 7 % von den kombinierten Werbespendings ab.

Anmerkung:

**Wer also mehr Traffic auf seiner Website will, setzt am besten auf Out of Home und generiert damit vierfach bessere Werte als mit anderen Werbemedien!**



Quelle:

DMI (Digital Media Institut) vom 3. Mai 2017

Weiterführende Links:

<http://specialreports.oaaa.org/>

<http://billboardinsider.com/>